



Comunicato stampa
07 settembre 2022

I modelli BMW e MINI con interni vegani sul mercato dal 2023

- Sostenibilità nella produzione di veicoli grazie a materiali innovativi a base biologica che sostituiscono le materie prime di origine animale.
- La sostituzione della pelle riduce le emissioni di CO₂ dell'85%.

Monaco. Il BMW Group prevede di lanciare i suoi primi veicoli con interni completamente vegani nel 2023. Ciò sarà possibile soprattutto grazie allo sviluppo di materiali innovativi con proprietà simili alla pelle. Sarà possibile utilizzare questi materiali anche per le superfici dei volant, che devono soddisfare criteri esigenti per quanto riguarda la sensazione al tatto, l'aspetto premium e la resistenza all'usura. Gli interni completamente vegani saranno disponibili per i modelli BMW e MINI per la prima volta a partire dal 2023. Il BMW Group risponde così alla domanda del mercato di interni vegani e senza pelle, che è destinata ad aumentare ulteriormente nel prossimo futuro, soprattutto negli Stati Uniti, in Cina e in Europa.

La riduzione delle emissioni di CO₂ nell'intero ciclo di vita di un veicolo è l'obiettivo centrale del BMW Group nel percorso verso la neutralità climatica, da raggiungere al più tardi entro il 2050. La selezione dei materiali ha un ruolo chiave nel raggiungimento di questo obiettivo. La sostituzione delle materie prime di origine animale contribuisce in modo significativo ad aumentare la sostenibilità nella produzione dei veicoli. Con l'introduzione di un nuovo materiale per i volant, la percentuale di componenti del veicolo che contengono tracce di materie prime di origine animale scenderà a meno dell'1% nei rispettivi veicoli BMW e MINI. Di conseguenza, questi materiali si troveranno solo in aree non visibili al cliente, ad esempio in varie sostanze cerosi come la gelatina utilizzata nei rivestimenti protettivi, la lanolina nelle vernici, il sego

come additivo negli elastomeri e la cera d'api come fondente per le vernici.

Il BMW Group offre da tempo diversi tessuti alternativi alla pelle. Ora, per la prima volta, è possibile offrire un sostituto adeguato alla pelle per l'interfaccia più importante tra il guidatore e il veicolo. Le superfici del volante devono soddisfare criteri esigenti in termini di aspetto, resistenza all'usura e durata. "Con un volante realizzato con un materiale vegano di alta qualità, soddisfiamo i desideri dei nostri clienti che non vogliono scendere a compromessi in termini di aspetto, sensazioni e funzionalità. Questo materiale innovativo resiste all'usura causata dall'abrasione, dal sudore e dall'umidità e possiede tutte le proprietà desiderabili della pelle", ha dichiarato Uwe Köhler, Responsabile Sviluppo Carrozzeria, Rivestimenti Esterni, Interni del BMW Group. L'unica caratteristica distintiva del nuovo materiale sarà un nuovo effetto grana sulla corona del volante.

Le superfici senza pelle riducono le emissioni di CO₂ dell'85%.

Il fatto che ora esista un materiale di superficie vegano di alta qualità con proprietà equivalenti alla vera pelle utilizzata in precedenza per la produzione di volanti rappresenta un altro importante passo avanti verso la riduzione delle emissioni di CO₂. Il nuovo materiale per la superficie dei volanti riduce le emissioni di circa l'85% rispetto alla pelle. Finora, la maggior parte delle emissioni prodotte, circa l'80%, era sotto forma di gas metano proveniente dall'allevamento del bestiame. Il restante 20% era dovuto alla lavorazione della pelle bovina, che è ad alta intensità energetica e idrica.

La neutralità climatica e l'economia circolare sono le principali priorità.

Per raggiungere l'obiettivo della neutralità climatica, il BMW Group punta sull'utilizzo di elettricità verde nella produzione e nella catena di fornitura, su un aumento costante della percentuale di materiali secondari e materie prime naturali, su motori elettrici e a combustione altamente efficienti e su un alto tasso di riciclo in linea con i principi dell'economia circolare.

È tutto nei dettagli: i tappetini dei vari modelli sono realizzati in monomateriale, evitando così miscele di materiali difficili da riciclare. Di conseguenza, il BMW Group risparmia ogni anno circa 23.000



tonnellate di CO₂ e altre 1.600 tonnellate di rifiuti, poiché i tappetini riciclati e i materiali di scarto vengono riutilizzati anche nel processo di produzione.

La ricerca e lo sviluppo nel campo delle materie prime secondarie e dei materiali sostenibili sono una priorità assoluta. Le future generazioni di veicoli offriranno altre interessanti alternative alla pelle. Il BMW Group sta collaborando con aziende start-up per sviluppare materiali innovativi a base biologica. Rispetto alle pelli sintetiche utilizzate in precedenza, questi materiali consentono di ridurre le emissioni di CO₂ di circa il 45%. MirumTM, che è al 100% a base biologica e privo di petrolio, ha il potenziale per imitare tutte le proprietà della pelle tradizionale. Un altro nuovo materiale, DeserttexTM, è composto da fibre di cactus polverizzate e da una matrice poliuretanica a base biologica. Con questi materiali, è possibile sostituire le materie prime di origine animale e ridurre significativamente l'emissione di CO₂.

Per ulteriori informazioni:

Marco Di Gregorio

Corporate Communication Manager

Telefono: +39 0251610088

E-mail: marco.di-gregorio@bmw.it

Media website: www.press.bmwgroup.com e <http://bmw.lulop.com>

BMW GROUP Corporate Communications



ROLLS-ROYCE
MOTOR CARS LTD

Il BMW Group

Con i suoi quattro marchi BMW, MINI, Rolls-Royce e BMW Motorrad, il BMW Group è il costruttore leader mondiale di auto e moto premium e offre anche servizi finanziari e di mobilità premium. Il BMW Group gestisce 31 stabilimenti di produzione e assemblaggio in 15 Paesi ed ha una rete di vendita globale in oltre 140 Paesi.

Nel 2021, il BMW Group ha venduto oltre 2,5 milioni di automobili e oltre 194.000 motocicli in tutto il mondo. L'utile al lordo delle imposte nell'esercizio finanziario 2021 è stato di 16,1 miliardi di Euro con ricavi per 111,2 miliardi di Euro. Al 31 dicembre 2021, il BMW Group contava un organico di 118.909 dipendenti.

Il successo del BMW Group si fonda da sempre su una visione di lungo periodo e su un'azione responsabile. L'azienda ha impostato la rotta per il futuro tempestivamente e pone costantemente la sostenibilità e la conservazione delle risorse al centro del proprio orientamento strategico, dalla catena di approvvigionamento attraverso la produzione fino alla fase di fine utilizzo di tutti i prodotti

BMW Group Italia è presente nel nostro Paese da oltre 50 anni e vanta oggi 4 società che danno lavoro a 800 collaboratori. La filiale italiana è uno dei sei mercati principali a livello mondiale per la vendita di auto e moto del BMW Group.

www.bmwgroup.com

Facebook: <http://www.facebook.com/BMWGroup>

Twitter: <http://twitter.com/BMWGroup>

YouTube: <http://www.youtube.com/BMWGroupView>

Instagram: <https://www.instagram.com/bmwgroup>

LinkedIn: <https://www.linkedin.com/company/bmw-group/>